

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara dengan Persentase Pengguna E-Commerce Tertinggi di Dunia	3
Gambar 1. 2 Perkembangan Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2018-2022)....	4
Gambar 1. 3 Transaksi Belanja <i>Online</i> saat Hari Belanja <i>Online</i> Nasional (Harbolnas) dari 2012-2021	6
Gambar 1. 4 Pengguna Internet dan Preferensi Belanja <i>Online</i> Berdasarkan Generasi	7
Gambar 1. 5 Strategi Paling Efektif Menarik Konsumen pada Hari Belanja <i>Online</i> Nasional (Harbolnas) Pada Responden di Indonesia (2019).....	10
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen Menurut Hawkins dan Mothersbaugh.....	17
Gambar 2. 2 Model Konsumen Menurut Kotler dan Keller	18
Gambar 2. 3 Bauran Pemasaran 4P	19
Gambar 2. 4 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	23
Gambar 2. 5 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	25
Gambar 2. 6 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	54
Gambar 4. 1 Screening Question Responden yang Mengetahui Event Harbolnas....	66
Gambar 4. 2 Screening Question Responden yang Pernah Berbelanja Online Saat Harbolnas	67
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	69
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	71